



Annex 4

OFFLINE TEMPLATE FOR AN APPLICATION FORM OF A CONCEPT NOTE

Upon the official announcement of the Call 1 for concept notes under the Territorial Strategy there will be provided detailed technical instructions for applicants on how to fill in every section of the application form. The instructions will be accompanied by screen shorts, where appropriate

A - Project identification

Project id (automatically created)	
Name of the lead partner organization	„МИГ Стамболово-Кърджали 54“
Project title	Производството на качествени биологични местни продукти - стимул за развитието на туризма на трансграничната територия
Project acronym	Qualproducts

Резюме на проекта

Този проект е насочен към осъществяването на трансгранично сътрудничество, който ще създаде и развие териториалния маркетинг на местната идентичност на двете гранични територии. В него са заложени дейности, насочени към проучване, подпомагане и създаване на нови местни организации, които да подкрепят земеделците, занаятчиите и бизнеса в усилията им за разширяване на туристическите услуги и за утвърждаване на местните марки храни. Популяризирането на местни традиционни и регионални традиционни продукти и тяхното производство е с висок потенциал за укрепване на земеделските дейности и туризма в трансграничната област.

Основната цел на проекта е: Повишаване конкурентоспособността на фермите и микропредприятията за устойчиво развитие на туризма посредством производството и преработката на селскостопански продукти с цел разширяване на туристическите услуги и осигуряване на институционалната подкрепа за създаване на туристически информационни центрове, които да координират туристическите дейности и услуги на местно, регионално и транснационално равнище.

Специфичните цели са:

- Идентифициране, популяризиране и утвърждаване производството на местни продукти и изграждане на туристически информационни центрове, които да спомогнат да се създаде механизъм за тясно взаимодействие между земеделските производители, фирмите и туристическите организации, които да запълнят празнината в управлението и маркетинга на дестинациите между местното, националното и трансграничното ниво;
- Повишаване конкурентоспособността на бизнес структурите и разширяване на техния обхват, чрез подобряване на тяхната информираност, качеството на



туристическия продукт и на туристическото обслужване;

- Подобряване капацитета на местните бизнес структури за улеснен достъп и присъствие на националния и трансграничните пазари чрез участие в събития и изложения.

Проектът включва следните дейности:

1. **Управление, координация и комуникация.** Тази дейност ще осигурява управлението на проекта и ще включва: партньорските срещи и Заключителната конференция.
2. **Изработване на две платформи за панорамно наблюдение.** Първоначално в община Стамболово ще се продължи екопътеката от Чудните скали до Магарешката скала, където ще се позиционира платформата в близост до крепостните останки. В община Одрин тази платформа ще се изгради в с.Ипсала. Платформите ще позволят на туристите да се насладят на красивите панорамни гледки, залезите и изгревите, на играта на слънцето и сенките. Ще се използват естествени строителни и декоративни материали осигурени от местни доставчици. Ще се осигури необходимия комфорт на гостите, без да се уврежда природата.
3. **Провеждане на две проучвания** (в община Стамболово и в община Одрин) с респонденти - земеделските производители, предприемачите (преработватели) и занаятчиите. След това ще се изработят оценителни доклади, които ще идентифицират местните продукти и ще предложат, кой от тях да кандидатства за присъждане на регионална марка. Тези продукти ще се рекламират и утвърждават на трансграничния пазар.
4. **Провеждане на консултации и менторство за подкрепа на земеделските производители и предприемачите** за разработване и утвърждаване на местни биопродукти и регионални марки. Ще бъдат назначени по двама ментори и двама консултанти на българска и на турска територия, които да консултират, насочват и да подкрепят целевите групи на място.
5. **Развитие на приоритетен продукт алтернативен туризъм** (с подпродукти еко, селски, религиозен, винен/ено и гурме, фестивален и събитиеен туризъм). Разработване на интегрирани туристически продукти, които да се включат в разработените дестинации.
6. **Разширяване и утвърждаване на партньорствата:** 1. Разрастване на изградените партньорства, чрез включване на местни, регионални и национални туроператори за включване на културно-историческите забележителности, винарния, селския и кулинарния туризъм от трансграничната територия. 2. Създаване на партньорства със сходни организации (ТИЦ) между представителите на двете съседни страни за: единно информационно осигуряване; изпълнение на съвместни проекти; за създаване на иновативни туристически продукти и предлагане на екскурзии и мероприятия в трансграничния регион. 3. Осъществяване на рекламно-информационна кампания за привличане на туристи и обиколка на утвърдените трансгранични дестинации от туроператори от двете страни на границата.
7. **Разработване на трансгранична маркетингова стратегия** (направления продукти, дистрибуция, цена, промотиране) за утвърдените регионални марки в трансграничния регион. МИГ Стамболово-Кърджали 54 и тракийския университет ще разработят по една маркетингова стратегия. На базата на двете стратегии



Тракийският университет ще разработи и отпечата една обща трансгранична маркетингова стратегия.

8. **Туристическите информационни центрове** ще се изградят в община Стамболово и в община Одрин и ще се осигури тяхното обзавеждане.
9. **Разработване на рекламни материали и участие в международни или национални туристически изложения.** Разработването на рекламните материали ще осъществи Тракийският университет. Това ще е: Туристически гайд, дипляна и 5 минутен филм. Ще се представят продуктите и услугите с помощта на иновативни ИКТ технологии – сайтове и социални мрежи в съответствие с идентифицираните продукти и районни брандове, които да се популяризират и утвърдят във виртуалното пространство. Всички рекламни печатни материали ще са на български, турски и английски език и ще са в тираж 500 броя. Това ще доведе до валоризиране на културното наследство за туристически цели, ще представи местните идентифицирани продукти, които ще се утвърждават посредством провеждането на рекламните кампании на територията и ще се представят на туристически изложения. Всеки партньор трябва да проведе рекламна кампания на собствената си територия и да си осигури минимум едно участие в международно или национално туристическо изложение в рамките на проекта.
10. **Обучителни дейности:** провеждане на 3 семинара за обучение на земеделските производители, преработвателите и собствениците на туристически обекти по темите: използване на онлайн дистрибуционни канали и реализиране на многоканални продажби; използване на социалните мрежи в дистрибуцията; разработка на съвременни интернет страници със собствени резервационни системи. Всеки семинар ще е еднодневен и в него ще се включват по 20 човека. Провеждане на общ семинар с представители на партньорите и заинтересованите страни от двете страни на границата с 20 участници. Провеждане на еднодневни работни срещи в 2 населени места на община Стамболово и в 2 населени места на Област Одрин за разработване на 4 работни планове, описващи организацията и координацията на заинтересованите страни при поддържането на разработените дестинации.

При реализацията на проекта ще се прилагат различни иновативни подходи, като WOMP и трансграничния подход, които ще играят ролята на инициатори и разпространители на постигнатите резултати и положителните практики. Всички те ще се използват като инструменти за решаване на регистрираните проблеми и за привличане на по-голям брой заинтересовани страни в изработването на съвместни интегрирани туристически продукти. Новото и оригиналното на проекта се изразява в създаването на публично-частни партньорства от двете страни на границата и в разработването на интегрирани териториални инвестиции, които са водещи през настоящия програмен период. Обединените усилия на различните партньори ще увеличат техния капацитет, експертния им потенциал и ще се повиши въздействието на проектните резултати в областта на туризма. Изградените партньорства ще създадат условия за възникването на нови партньорства, които ще създадат нови възможности за местния туризъм и ще мултиплицират постигнатите резултати. Обединяването на усилията на местните ключови фигури, обмяната на опит, знания, ноу-хау и използването на иновативните решения, ще увеличи принадлежната стойност на резултатите за целевите групи при прилагането на трансграничния подход.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

В – Партньори по проекта

Водещ партньор

Organization (in English language):	LAG Stambolovo-Kardzhali 54
--	-----------------------------

Organization (in native language):	МИГ Стамболово-Кърджали 54
---	----------------------------

Type of organization:	Non-governmental organization
------------------------------	-------------------------------

Country:	 
-----------------	---

District/NUTS III	Haskovo region
--------------------------	----------------

Town/city:	Stambolovo
-------------------	------------

Address:	Stambolovo, The old building of the Municipal Administration
-----------------	--

Postal Code:	6362
---------------------	------

Legal representative (Name):	Lyatif Rasim
Legal representative (Position in the organization):	Chairman

Telephone:	+359 0888653146
-------------------	-----------------

Fax:	
-------------	--

E-mail:	migstambolovo_kj@abv.bg
----------------	--

Website:	https://www.lagsk.eu
-----------------	---



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

МИГ Стамболово-Кърджали 54 ще се ангажира основно с проучванията, информирането, обучението и изграждането на партньорствата в областта на туризма и утвърждаването на местните и регионални продукти. Този партньор ще организира проучването на българска територия, ще организира обученията, ще разработва и отпечатва различни рекламни и информационни материали за проекта, за местните и регионални продукти и за интегрираните туристически продукти. Ще публикува в регионалните медии и новинарските сайтове важна информация за туристическото развитие на трансграничната територия и ще представя местните продукти. Така ще се разпространява събраната и систематизирана информация.

По този начин дейностите се базират на експертизата и на проектния опит на всеки един от партньорите, което ще подпомага усилията на другите партньори, ще заимства от техния опит и ще предава натрупаните знания и практики на останалите. Обмяната на знания, информация и опит е особено важна за успеха на проекта. Притежаваните ресурси също ще бъдат споделяни.

PP1

Organization (in English language):	Municipality of Stambolovo
--	----------------------------

Organization (in native language):	Община Стамболово
---	-------------------

Type of organization:	Municipality, public institution
------------------------------	----------------------------------

Country:



District/NUTS III	Haskovo region
--------------------------	----------------

Town/city:	Stambolovo
-------------------	------------

Address:	Stambolovo, Municipal Administration
-----------------	--------------------------------------

Postal Code:	6362
---------------------	------



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Legal representative (Name):	Adnan Yildiz
Legal representative (Position in the organization):	Mayor
Telephone:	+359 37 207 000
Fax:	+359 37 207 001
E-mail:	kmet@stambolovo.bg
Website:	https://www.stambolovo.bg/bg/

Ролята на община Стамболово е основополагаща за развитието на туризма на нейна територия. Тя ще реализира мерки, които подобряват туристическата инфраструктура, организацията на туристическите услуги, партньорствата в областта на туризма, на обслужването на създадените дестинации и разнообразяването на туристическите продукти. Всички тези дейности оказват сериозно влияние не само върху заинтересованите страни (зеделски производители, преработватели и занаятчии), но и върху цялото население, което ще може да се възползва по различен начин. Община Стамболово ще изгражда, създава и организира посещенията на туристическите изложения, ще подпомага процеса на идентифициране на местните продукти, тяхното популяризиране и утвърждаване. От тези дейности пряко ще се възползват не само целевите групи на нейна територия, но и населените места на територията на община Одрин. Всеки партньор ще предава своя опит, знания и умения и ще координира своите усилия с останалите като проучва техния опит, практики и споделя наличните ресурси. Всичко това ще създаде обвързаности, общи интереси и отговорности, които ще подпомагат партньорствата за ефективно изпълнение на проектните дейности.

PP2

Organization (in English language):	TRAKYA UNIVERSITY
Organization (in native language):	Trakya Üniversitesi
Type of organization:	Educational institutions





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Country:

District/NUTS III

Edirne region

Town/city:

Edirne

Address:

Trakya Üniversitesi Rektörlüğü Balkan Kampüsü Merkez Edirne

Postal Code:

22100

Legal representative
(Name):

Prof. Dr. Erhan TABAKOGLU

Legal representative
(Position in the
organization):

Rector

Telephone:

+90284 225 69 93 / +90507 878 19 33

Fax:

+90284 225 69 95

E-mail:

aslimeral@trakya.edu.tr / gildistachir@trakya.edu.tr

Website:

<https://www.trakya.edu.tr/>

Тракийският университет ще консултира и менторства, ще обучава, ще разработва рекламни и учебни материали. Ще реализира маркетинговата стратегия на идентифицираните местни продукти на територията на Турция. Ще обобщи двете маркетингови стратегии и ще издаде една обща Маркетингова трансгранична стратегия. Той разполага с голям брой преподаватели и специалисти, които ще се включат в реализацията на проекта. Областната дирекция по земеделие и гори в Одрин, Община Стамболово и МИГ Стамболово-Кърджали 54 ще се включват в основните дейности и всеки ще предава своя опит и знания на останалите. Освен това ще се реализират и съвместни дейности главно при идентификацията на местните продукти и при тяхното популяризиране и утвърждаване на пазара. Наличните ресурси и експертизи ще подпомогнат процеса, ще засилят отговорността и ще създадат предпоставки за мултиплициране на резултатите от проекта.

PP3



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Organization (in English language):	T.R. Ministry of Agriculture and Forestry Edirne Provincial Directorate of Agriculture and Forestry
--	---

Organization (in native language):	T.C. Tarım Ve Orman Bakanlığı Edirne İl Tarım Ve Orman Müdürlüğü
---	--

Type of organization:	Official institutions
------------------------------	-----------------------

Country:	
-----------------	--



District/NUTS III	
--------------------------	--

Town/city:	Edirne
-------------------	--------

Address:	İstasyon Mahallesi Talatpaşa Caddesi No : 43 EDİRNE
-----------------	---

Postal Code:	22100
---------------------	-------

Legal representative (Name):	Atilla BAYAZIT
Legal representative (Position in the organization):	Prezident

Telephone:	+90284 235 26 89
-------------------	------------------

Fax:	+90284 235 26 97
-------------	------------------

E-mail:	mutlu-2@hotmail.com / mutluikilic@gmail.com
----------------	---

Website:	https://edirne.tarimorman.gov.tr/Menu/33/Tarimsal-Altyapi-Ve-Arazi-Degerlendirme-Sube-Mudurlugu
-----------------	---

T.R. Ministry of Agriculture and Forestry Edirne Provincial Directorate of Agriculture and Forestry е Областната дирекция на Министерството на земеделието и горите. Този партньор обхваща 26 507 земеделски производители и има 346 служители ветеринарни лекари, селскостопански инженери, инженери по рибарство, техници и



работници. Всички те ще бъдат информирани за проектните дейности, а една част от тях ще бъдат и обучени. Те ще имат водеща роля при изграждането на туристическата инфраструктура, в проучването на местните продукти и тяхното утвърждаване, ще изградят и Туристическия информационен център. Провинциалната земеделска служба ще организира посещенията на националните и международните изложения, ще осигурява представители на целевите групи в обучителните и информационните инициативи, ще подкрепя рекламната дейност. Споделените ресурси, опит, практики и експертиза ще подпомогнат процеса на реализация на проектните дейности и ще мултиплицират резултатите.

С - Описание на проекта

С.1 Обща цел на проекта

Общата цел на приоритета на програмата е „Интегрирано развитие на трансграничния регион”

Проектът ще насърчава интегрираното трансгранично сътрудничество, което има две основни стратегически цели, а именно: 1. Постигане на устойчив туристически растеж, базиран на повишаване конкурентоспособността на местната икономика, биопроизводството и екологията. 2. Развитие на по-добър достъп до услуги от общ интерес. Планира се проектът да подкрепя широк спектър от действия – иновативни и развойни дейности; създаване и разпространение на информация, знания и умения; обучения; услуги; разширяване на партньорствата; изготвяне на маркетингови политики; изграждане на туристическа инфраструктура, която разширява възможностите на туристическите услуги; опазване на околната среда; защита на биоразнообразието и др.

Основната цел на проекта е повишаване конкурентоспособността на фермите и микропредприятията за устойчиво развитие на туризма посредством производството и преработката на селскостопански продукти с цел разширяване на туристическите услуги и осигуряване на институционалната подкрепа за създаване на туристически информационни центрове, които да координират туристическите дейности и услуги на местно, регионално и транснационално равнище.

Специфичните цели са:

- Идентифициране, популяризиране и утвърждаване производството на местни продукти и изграждане на туристически информационни центрове, които да спомогнат да се създаде механизъм за тясно взаимодействие между земеделските производители, фирмите и туристическите организации, които да запълнят празнината в управлението и маркетинга на дестинациите между местното, националното и трансграничното ниво;
- Повишаване конкурентоспособността на бизнес структурите и разширяване на техния обхват, чрез подобряване на тяхната информираност, качеството на туристическия продукт и на туристическото обслужване;
- Подобряване капацитета на местните бизнес структури за улеснен достъп и присъствие на националния и трансграничните пазари чрез участие в събития и



изложения.

Част от проектните дейности са насочени към разкриване на офиси на два туристически информационни центрове и закупуване на оборудването им.

Разработването и прилагане на стратегически документи за развитието на маркетинговата дейност в туристическия трансграничен регион. Организиране участието на ТИЦ и МСП в национални и международни туристически събития и изложения, трансгранични срещи, форуми и др

Проектът планира да обедини ресурсите и да съгласува действията между различните заинтересовани страни на трансгранично, регионално и местно ниво за развитие на комплексен, разнообразен и конкурентноспособен туристически продукт. Да се развие трансграничния маркетинг, като се покаже богатството на региона откъм характерни ресурси и възможности за развитието на различни видове туризъм на трансгранично ниво. Да се осигури по-ефективен достъп до потенциални туристически пазари, особено трансграничните, чрез представяне на забележителности, които са разпознаваеми на картата от живеещите от двете страни на границата.

Проектът е насочен към подобряване достъпа до информацията за обекти от културното наследство в транс-граничния регион с оглед на тяхното промотиране и развитие. Главната цел на проекта е да се увеличи броя на туристите в транс-граничния регион чрез консолидиране на информацията, продуктите и услугите с помощта на иновативни ИКТ технологии. Това ще се постигне посредством валоризиране на културното наследство за туристически цели в транс-граничния регион. С този проект ще се повиши информираността и интереса за посещение на обекти от културното и природното наследство в трансграничния регион.

Целта на проекта е да се подобри качеството на услугите на МСП в туризма чрез използването на информационни и комуникационни технологии и уеб базиран маркетинг. Основните дейности, които ще бъдат изпълнени са насочени към провеждането на ефективна реклама в страната и чужбина на туристическите райони, съобразно тяхната специфика. Те ще бъдат промотирани чрез дигитален маркетинг и реклама в национални и международни телевизионни канали.

Основната интервенция, която се прилага в проекта е „Туризъм“. Прилагането на тази интервенция при реализацията на проектните дейности има за задача да осигури трайна конкурентоспособност на трансграничния регион като туристическа дестинация, да подпомага устойчивото развитие на туристическата индустрия, да се опира в максимална степен на информацията, придобита от проучванията, анализите, прогнозите и маркетинга. Да отчете очакванията и намеренията на всички заинтересовани страни, да е съобразена с изискванията за създаване на правилно, реалистично и стабилно позициониране на трансграничния регион на целевите пазари, като си осигури гъвкавост и адекватност.

За целта е важно да се отчетат и прилага в максимална степен европейската политика в областта на туризма. Така например Европейската комисия подпомага създаването на мрежи между основните европейски туристически региони. През юли 2009 г. беше



създадена отворена мрежа на европейските туристически региони — NECSTouR, която има за цел да служи за платформа за обмен на знания и новаторски решения в областта на устойчивия и конкурентоспособен туризъм. ЕС предлага редица източници на финансиране в подкрепа на приноса на туризма за регионалното развитие и заетостта: Европейския фонд за регионално развитие за финансиране на устойчиви проекти, свързани с туризма, програмата INTERREG, Кохезионния фонд за финансиране на инфраструктурата в областта на околната среда и транспорта, Европейския социален фонд за трудовата заетост, програмата „Леонардо да Винчи“ за професионално обучение, Европейския земеделски фонд за развитие на селските райони за диверсификацията на икономиката на селските райони, Рамковата програма за конкурентоспособност и иновации и Седмата рамкова програма за научни изследвания. В това отношение в многогодишната финансова рамка (МФР) за периода 2021—2027 г. програмата „Единен пазар“ наследява Рамковата програма за конкурентоспособност и иновации, а програмата „Хоризонт Европа“ наследява „Хоризонт 2020“.

С.2 Уместност и контекст на проекта

С.2.1 Какви са общите териториални предизвикателства и потенциал(и), които ще бъдат разрешени от проекта?

Трансграничната област е територия с активно развитие на селското стопанство и наситеност на селските райони, които се характеризират с изостаналост в икономически, социален и културен аспект. В българската част населението е застаряващо, нисък е жизненият стандарт на живот, влошена е инфраструктурата и произтичащите от това негативи. В турската част населението в голяма степен е младо, а транспортната инфраструктура е доста добре развита. Това е резултат от обективно протекли процеси. В същото време тези райони разполагат със значителен природен, човешки, икономически и културен потенциал, чието развитие и пълноценно използване е задължително. Многоаспектните фактори се сблъскват и оформят специфичния контекст на ТГС по външните граници на Европейския съюз (ЕС). Поставянето на заден план на разделителните линии по външните граници на ЕС, не е възможно поради особености, които могат да бъдат проследени във всяка област на политиката и институционалната среда. Един такъв фактор е разнообразната история и култура, които има всяка една от двете държави, чието разнообразие обаче често възпрепятства усилията за изграждане на приобщаващи общества за ТГС, както и за приемане на мултикултурни и многосекторни политики за ТГС с цел насърчаване на трайно благосъстояние в региона. Друг фактор са различните институционални и управленски структури в двете държави, които често се отразяват негативно на опитите за съвместни и интегрирани действия и решения. Едновременно прилагане на политиките на ЕС за разширяване и сближаване често са в конфликт, защото освен стремежа към постигане на общи цели, се очаква и постигане на индивидуалните такива. Всичко това са само няколко от предварителните условия, които определят различните стратегически акценти и подходи за изпълнение в програмите по Interreg по външните и вътрешните граници. Въпреки че повечето вътрешни програми на ЕС предоставят подкрепа за решения на глобалните предизвикателства, териториите по ТГС, съфинансирани по Инструмента за предприемаческа помощ все още са изправени пред необходимостта от догонващо социално-икономическо развитие. По този



начин основното съвместно предизвикателство на района на ТГС за периода 2021—2027 г. е да поеме по-технологичен курс на развитие, като се възползва от икономическите резултати, водещи до растеж, както и да намали неравенствата в доходите и различията в достъпа до услуги от общ интерес. Като цяло, от двете страни на границата се наблюдават редица противоположни икономически тенденции, като по този начин се създават благоприятни предпоставки за обмен и споделяне на знания и добри практики, които в крайна сметка ще допринесат за изграждането на кооперативни трансгранични икономически отношения.

Разнообразието от природни и културни ценности в района на ТГС е ключова предпоставка за определяне на целево-ориентираното туристическо предлагане. Въпреки това, наблюденията показват недостиг на трансгранични конкурентни целогодишни туристически продукти.

Територията на програмата от българска страна попада в Регион Тракия (културен, здравен, винарски, приключенски и екотуризъм).

Въпреки своя културен, исторически и природен потенциал, Одрин и Къркларели не са толкова популярни зони за туристическа атракция в Турция, тъй като попадат в сянката на други региони на страната. Що се отнася до летния туризъм, средиземноморските и Егейските брегове, които осигуряват по-благоприятен климат и утвърдена туристическа суперструктура, са по-предпочитани от туристите, отколкото черноморското крайбрежие. И двете провинции постигат резултати под средната национална стойност по всички ключови показатели за туризма.

Поради това, въпреки благоприятстващите фактори и предпоставки, туризмът в региона „разпознава“ непреодолимите слабости, като: недостатъчно развит туристически продукт като цяло, недостатъчно развита мрежа от туристически центрове и съвети, недостатъчно квалифициран персонал в областта на туристическите услуги, лошо състояние и ограничен достъп до обекти на природното и културното наследство. С други думи, съвместното съществуване на обширни и разнообразни морски, планински, балнео- и културни „горещи точки“ в програмния район все още не се е превърнало в устойчив фактор за териториално развитие, въпреки неговия потенциал, частично илюстриран чрез съществуващия, но недостатъчно развит коридор за колоездене на дълги разстояния ЕвроВело 13 „Пътят на Желязната завеса“, който преминава през България и Турция.

Въздействието на COVID пандемията върху туризма породил допълнителни предизвикателства. Успоредно с необходимостта от развитие на свързани с туризма местни промишлени отрасли поради неизползвания туристически потенциал, паралелно следва да бъдат положени многостранни усилия и политически отговори за възстановяване на туристическите връзки с местните заинтересовани страни, както и други икономически сектори и природни ресурси и екосистеми, които да бъдат стратегически интегрирани и насочени на практика по интегриран и устойчив начин.

МИГ имат сложната задача и огромното предизвикателство, да съхранят селските територии, да насърчат селските райони, да търсят нови начини да станат или останат конкурентноспособни, да използват максимално своите ресурси и да преодолеят предизвикателствата, пред които са изправени като застаряващо население, ниско качество на предоставяните услуги или липса на възможности за трудова заетост. Туризмът е един от възможните решения на описаните проблеми.



Всеки партньор в проекта на базата на регистрираните проблеми и наличните местни ресурси и експертен капацитет има своите задачи и ангажменти и по този начин ще се обезпечи ефективното изпълнение на проектните дейности в максимална степен.

С.2.2 Как проектът се справя с идентифицираните общи предизвикателства, възможности и потенциал и какво е новото в подхода, който проектът възприема?

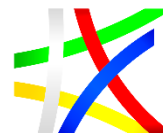
Една от причините за нарастващия внос и продължаващата стагнация на цената на местните продукти е, че тези продукти вече не са достатъчно добре адаптирани към нуждите на европейските потребители. Вкусовете и навиците на потребителите се променят с времето, както и с начина им на живот. Затова е необходимо производителите да познават своя пазар, за да могат да адаптират своите продукти към променящите се нужди и очаквания на потребителите и, следователно, да получават оптимална стойност за своята продукция.

Местните и регионалните марки имат значително влияние върху качеството на живота на местното население поради редица причини: 1. Маркирането със специфична местна или регионална марка може да свидетелства за високо качество на продуктите и услугите, които се предлагат в даден район. Това води до по-добро удовлетворение от покупките и потребителското преживяване на туристите. 2. Регионалните марки имат специално значение за подобряване на дадения регион и носят някои допълнителни характеристики и ползи за местното население. 3. Регионалните марки, обикновено са свързани с уникални атракции, култура, гастрономия или природа на определен район и могат да допринесат за привличането на туристи. Това повишава туристическия поток и осигурява доходите на местните бизнеси в сферата на хотелиерството, ресторантьорството, транспорта и туристическите услуги.

Всеки продукт с местна марка може да бъде продукт с висока добавена стойност, тъй като ще бъде произведен от местното население с местни ресурси и ще подпомогне пряко местната икономика. Ако той е биопроduct това ще увеличи добавената стойност, тъй като ще задоволи възникналите през последните години потребности на потребителите от здравословна храна.

Устойчивото развитие на туризма изисква съзнателна намеса на всички участващи, както и на някои важни политически лидери, за да се осигури широко участие и гарантиране на истински консенсус. Постигането на устойчив туризъм е непрекъснат процес, който изисква постоянно наблюдение на въздействията и въвеждане на коригиращи и превантивни мерки, когато това е необходимо. Устойчивият туризъм също така трябва да поддържа високо ниво на удовлетвореност у туриста и да му осигурява незабравимо преживяване, да повишава осведомеността му по въпросите на устойчивото развитие и да насърчава практиките в устойчивия туризъм.

Проектът ще гарантира необходимото насочване, международно хармонизиране и признаване на добрите практики, на основните изисквания, на стандартите, на системите за управление и на мерките, които се вземат за осигуряване на качеството на туристическите дейности, на услугите, продуктите и дестинациите, които се създават в съответствие с целите на устойчивото развитие и с изискванията за защита на потребителите.



Осигуряването на финансова подкрепа подпомага усилията за намаляване на бедността в туристическата политика на национално, трансгранично и глобално ниво и по-широко участие на бедните общности в туристическите дейности чрез развитие и разпространение на нови интегрирани туристически продукти, на основни туристически политики, на техники за управление и предложения за вземане на мерки за намаляване на бедността в селските региони. По този начин ще се разшири участието на заинтересованите страни, ще се подпомогнат усилията на земеделските производители и преработвателите в тясна връзка с местните и държавни власти, научните звена и неправителствените организации.

Освен това ще се повиши подготовката и отговорността на публичния и частен сектор за управление на дейностите си, така че да се осигури необходимата социална и културна устойчивост на туризма, със специално внимание към правата и интересите на местните общности, включително и тези на уязвимите групи от населението, особено на децата, жените и възрастните хора.

Посредством реализиране на проектите дейности ще се постигне по-добро разбиране на връзките между климатичните промени и туризма, ще се насърчат и осъществят политики и мерки за адаптиране и намаляване на негативните ефекти от развитието на туризма върху природата и околната среда.

Проектът ще приложи нови технически модели, които ще увеличат туристическия поток през по-голяма част от годината, ще намалят опасностите върху природата, ще насърчат устойчивото развитие на трансграничната територия, и ще се подкрепи създаването на необходимата бизнес среда, която ще се окаже необходимия стимул за бъдещото развитие на един успешен устойчив туризъм.

Целите на проекта са да се реализират дейности, които са базирани на регистрираните нужди на местното население, като се прилагат съвместни действия за откриване и популяризиране на местните марки, които могат да имат значителен положителен ефект върху климата и чистотата на природата, като поставят акцент върху устойчивите практики и отговорното отношение към околната среда. Това е развитие на устойчиво селско стопанство и производство, тъй като много регионални марки са свързани с хранителни продукти и селскостопански стоки. Когато се премине към устойчиви селскостопански практики, които намаляват въздействието на химикалите, опазват водните ресурси и почвата, както и по-специално биологичното разнообразие, това намалява неблагоприятното въздействие върху околната среда и увеличава икономическия ефект.

Партньорствата са ключови елементи за успеха и утвърждаването на регионалните марки. Когато различни заинтересовани страни работят заедно, за да подкрепят и популяризират дадена регионална марка, се създава синергия, която може да има значителен положителен ефект върху региона и неговите жители. Ето някои от начините, по които партньорите ще подпомагат регионалните марки: Партньорствата позволяват на различни организации, бизнеси, обществени институции и нестопански организации да обединяват усилията си и да работят заедно за постигане на общата цел - подкрепа и подчертаване на регионалната марка. Това води до реализацията на по-ефективни кампании и инициативи, които могат да привлекат по-широка аудитория. Подпомагането на местните производители и занаятчии е също важно, защото регионалните марки могат да се свържат със специфични занаяти и традиции в даден район. Популяризирането на



тези занимания и техните продукти привличат интереса на потребителите и спомагат за запазването на ръчната работа и на уменията, които са част от културното наследство на региона.

Някои от партньорствата създадени за реализация на проекта имат история, като например община Стамболово и МИГ Стамболово-Кърджали 54, които работят съвместно вече 6 години. Община Стамболово е член на Общото събрание на МИГ. До момента по Стратегията на Водени от общностите местно развитие са финансирани два проекта на общината и седем за земеделските производители и предприемачите.

Между Тракийския университет и Областната дирекция по земеделие и гори има текущ протокол за сътрудничество от 04.02.2020 г. С протокола се цели да се повиши професионалният опит на съответните отдели на факултетите, професионалните училища и студентите в областите на дейност на университета и провинциалната дирекция, за да се улесни достъпът на производителите и бизнеса до иновациите и до съвременните технологични разработки. Присъединяването на българските партньори ще разшири разпространението на научните решения и бързото навлизане на новостите в селското и горското стопанство.

Новите партньорства от двете страни на границата ще доразвият съществуващите връзки и ще създадат предпоставки за обмена на ресурси, знания и експертиза посредством изградените ТИЦ. Тези нови партньорства ще разшири трансграничните връзки, ще ги задълбочи и ще засили тяхната устойчивост.

С.2.2.1 Какъв вид основни дейности ще бъдат извършени за създаване на проектни решения и постигане на желаните резултати?

Името на проектната дейност	Описание на дейностите
1. Управление, координация и комуникация	<p>Дейността: „Управление, координация и комуникация“ осигурява управлението на проектните дейности, постигането на резултатите, изпълнението на индикаторите и на целите на проекта. Тази дейност е основополагаща за ефективното изпълнение на проекта. Без нейното реализиране не може да бъде постигнат необходимия проектен успех. Тя изисква обезпечаването на текущи преки контакти, на добра комуникация и координация на действията и усилията във всички области и при реализацията на всички дейности. Още повече, че различните трансгранични дейности не само са свързани по между си, но и са интегрирани.</p> <p>Водещият партньор ще назначи ръководител проект, координатор, счетоводител и 1 експерт комуникация, който ще захранва с проектна информация сайта на водещия партньор и ще поддържа социалните мрежи: Facebook и YouTube. Останалите партньори ще назначат по един координатор и един счетоводител. Ръководителят и координаторите ще организират проектните</p>



	<p>дейности, ще отчитат резултатите в електронната система, ще поддържат постоянни контакти по между си и ще участват в партньорските срещи. Счетоводителите ще следят за правилното изразходване на средствата по бюджета, ще осчетоводяват и ще качват в JeMS финансовите документи по проекта. За своята дейност те ще се отчитат пред преките си ръководители.</p> <p>Всеки партньор ще трябва да си изработи табела и банер за проекта. С табелата ще се означава офиса в който работи екипа, а банера ще се използва във всяко проектно събитие.</p> <p>За да се постигне оптимално изпълнение на проектните дейности е планирано провеждането на четири партньорски срещи на които всеки партньор ще бъде домакин на една партньорска среща. На тези срещи ще присъстват по двама представители на екипа на всеки партньор, ще се отчита постигнатото до момента и ще се обсъждат предстоящите дейности. Взетите решения ще бъдат задължителни за всеки от партньорите.</p> <p>В края на проекта ще се проведе Заключителна конференция в с.Стамболово на тема: „Регионалните продукти и регионалните марки, основа за развитие на алтернативния туризъм“. В нея ще участват 40 човека представители на партньорите.</p> <p>Трансграничната връзка ще се поддържа през цялото време от партньорските контакти, за да могат успешно да се реализират планираните проектни дейности.</p> <p>От тази дейност ще се облагодетелстват основно земеделските производители, преработвателите на селскостопанска продукция и занаятчиите. Основната отговорност за тази дейност носи водещият партньор по проекта, но такава отговорност има и всеки проектен партньор.</p>
2. Изработване на две платформи за панорамно наблюдение	<p>Първоначално в община Стамболово ще се продължи екопътеката от Чудните скали до Магарешката скала, където ще се позиционира платформата в близост до крепостните останки. В община Одрин тази платформа ще се изгради в с.Ипсала. Довършването на екопътеката до Магарешката скала ще осигури необходимия достъп до скалата откриваща страхотна гледка не само на поречието на река Арда, но и до землищата откриващи се на югоизток чак до Маджарово и цялата долина разстилаща се на североизток и северозапад.</p> <p>Платформите за панорамно наблюдение играят важна роля за туристите и са изключително популярни в туристическите дестинации по света. Тези платформи предоставят уникални възможности за туристите да разгледат дадена местност от висока точка на гледане, която предоставя невероятни изживявания и впечатления. Важните роли на такива платформи са:</p> <p>1.Предоставяне на панорамен изглед: Платформите за панорамно наблюдение се разполагат на възвишения, които предлагат</p>



	<p>зашеметяващи панорамни изгледи на околната природа и областта. Това позволява на туристите да се наслаждават на красивите и неповторими гледки, които нормално не могат да видят от друга позиция. 2.Платформите за панорамно наблюдение са достъпни през по-голямата част от годината, включително и в периодите, когато други туристически атракции могат да не са толкова достъпни или привлекателни. Това позволява на дадената дестинация да привлича туристи през повечето сезони и да предлага разнообразни изживявания на туристите. Съчетаването на различни възможности за наблюдение на културно-исторически останки (останки от крепост и Скалната църква), на екологични обекти, като Чудните скали, наблюдението на птици и на други биологични видове и наблюдение на страхотни панорамни гледки, ще осигури присъствието на по-голям брой туристи, тъй като този маршрут ще осигури голям обхват на разнородни туристически интереси.</p> <p>Областната дирекция за земеделие и горско стопанство ще изгради платформа за панорамно наблюдение в село Ипсала, която ще се включи като част от дестинацията.</p> <p>Платформите ще позволят на туристите да се насладят на красивите панорамни гледки, залезите и изгревите, на играта на слънцето и сенките. Ще се използват естествени строителни и декоративни материали осигурени от местни доставчици. Ще се осигури и необходимия комфорт на гостите, без да се уврежда природата.</p>
<p>3. Провеждане на две проучвания (в община Стамболово и в община Одрин)</p>	<p>Една от причините за нарастващия внос и продължаващата стагнация на цената на местните продукти е, че тези продукти вече не са достатъчно добре адаптирани към нуждите на европейските потребители. Вкусовете и навиците на потребителите се променят с времето, както и с начина им на живот. Затова е необходимо производителите да познават своя пазар, за да могат да адаптират своите продукти към променящите се нужди и очакванията на потребителите. По този начин ще получат оптимална стойност за своята продукция.</p> <p>Проучванията на местните продукти от двете страни на границата са важна дейност, която може да има различни цели и предимства. Такива проучвания са полезни както за местната общност, така и за потребителите и бизнеса. Ето някои от основните аспекти, които ще бъдат включени в местните продукти: 1. Идентифициране на онези местни продукти, които могат да бъдат интересни за туристите: И двете проучвания започват с идентифицирането на продуктите, които се произвеждат или са познати в района. Това ще трябва да включва различни продукти: от храни и напитки до ръчно изработени изделия, текстил, козметика и други.</p>



	<p>Проучванията на местните продукти трябва да бъдат съществени за разбиране на характеристиките и стойността на тези продукти, както и за предоставяне на полезна информация за различните заинтересовани страни, включително производители, потребители, търговци и управителни органи. Ето защо трябва да се проучи производствения процес, като се включи анализа на производствения процес на местните продукти, включително суровините, технологиите и методите за производство. Това ще помогне за оптимизиране на производството и за подобряване качеството на продуктите.</p> <p>Проучванията трябва да се проведат в тясно сътрудничество с местните общности и с производителите, за да се осигури подкрепа и ангажираност от страна на заинтересованите страни.</p> <p>Проучванията трябва да се фокусират върху качеството и безопасността на местните продукти, за да се гарантира, че те отговарят на стандартите и нормативите за безопасност.</p> <p>Успоредно с това трябва да се разгледа етикетването и сертификацията на местните продукти, което ще предостави информация за техния произход и качество.</p> <p>В резултат на търсенията могат да се идентифицират нови пазарни възможности за местните продукти и да се разшири техния обхват.</p> <p>Проучванията ще се проведат сред земеделските производители, предприемачите и занаятчиите. Обхватът на потребителите е въпрос на желание и интерес от страна на самите възложители. На тази база ще се изработят оценителни доклади с препоръки за усъвършенстване на производството и преработката на продуктите и идентифициране на регионалните марки продукти, които да се рекламират и утвърждават на трансграничния пазар.</p> <p>Проучванията може да включват и анализ на предпочитанията и поведението на потребителите по отношение на местните продукти, което е от съществено значение за определяне на стратегиите за маркетинг и продажби. На тази база могат да се сравнят местните продукти с конкуренцията на национални и международни пазари, за да се определят техните предимства и недостатъци. Може да се проверят и възможностите за иновации и развитие на местните продукти, което ще подпомогне техния растеж и устойчивост.</p> <p>Завършването на проучванията могат да бъдат от полза за подобряване на конкурентоспособността на местните продукти, за укрепване на местната икономика, за запазване на традициите и културното наследство, както и специално за устойчиво развитие на региона.</p> <p>През последните години навиците на потребителите са се променили значително като цяло, поради все по-урбанизирания,</p>
--	---



	<p>динамичен начин на живот и потребителите, които са все по-отдалечени от етапа на първичното производство .</p> <p>Натискът върху производителите идва не само от по-ниските продажни цени, но и от по-високите разходи за суровини. Инвестирането в действия, насочени към добавяне на стойност, може да позволи на производителите да реализират по-висок марж на печалбата, като се осигури глътка въздух в подложения на натиск икономически сектор.</p> <p>Адаптирането към пазарните тенденции не винаги изисква огромни усилия от страна на производителя, но едно положително, проактивно отношение е необходимо и представлява ключа към всяко действие, свързано с добавяне на стойност. Анализите от проучванията ще идентифицират именно това проактивно отношение, което ще подпомогне местните ресурси.</p> <p>На базата на получените резултати може да се пристъпи по-късно и към регистрирането на регионалната марка местно производство.</p>
<p>4. Провеждане на консултации и менторство за подкрепа на земеделските производители и предприемачите</p>	<p>За разработването и утвърждаването на местни биопродукти и регионални марки е необходимо да се провеждат консултации и да се осигури менторство за подкрепа на земеделските производители и предприемачите. За целта трябва да се потърсят различни възможности за компетентни консултации и менторство от различни източници, като:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Местни бизнес организации като: Търговските палати, предприемаческите асоциации и други местни бизнес организации, които предоставят консултации и менторство на предприемачи и малки бизнеси. Те трябва да осигуряват съвети относно отношението към маркетинга, брендирането и подобряването на регионалната видимост на местните марки. • Иновационни хъбове и стартови инкубатори: По-големите градове имат иновативни хъбове и стартови инкубатори, които предоставят консултации и менторство на предприемачи и стартиращи компании. Тези организации са насочени към подпомагане на иновациите и развитието на бизнеса и те също биха могли да помогнат за развитието на конкретната марка. • Консултанти и експерти по маркетинг и брендинг: Маркетингови и брендингови консултанти, които са специалисти в местните и регионални продукти, могат да предоставят персонализирани съвети и стратегии за подобряване на идентифицираните марки. • Ментори и опитни предприемачи: Търсенето на ментори,



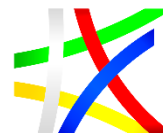
	<p>които са имали успех в създаването и развитието на местни или регионални марки е отличен начин за получаване на ценни съвети и насоки. Менторите ще подкрепят заинтересованите страни със своите знания и опит и ще ги насърчат да се справят с предизвикателствата, които срещат при тяхното производство.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Университети и академични служби: Някои университети и академични служби в т.ч. и Тракийския университет предлагат услуги за консултации и наставничество на предприемачи и малки предприятия. • Онлайн платформи и ресурси: Съществуват множество онлайн платформи и ресурси, които предоставят съвети и ръководства за подобряване на марките и за развитие на бизнеса. Тези ресурси могат да включват блогове, уебинари, онлайн курсове и други материали. <p>Всички изброени източници могат да помогнат с изграждането на силна идентичност, по-добро позициониране и привличане на целевата аудитория, но при избора на консултант или ментор, възложителите трябва да се уверят, че те имат нужния опит в конкретния отрасъл или област по интерес. Също така, трябва да се дефинират ясно целите и изискванията, за да се постигнат желаните резултати за подобряване на идентифицираните при проучванията продукти и марки.</p> <p>По проекта ще бъдат назначени по двама ментори и двама консултанти на българска и на турска територия, които да консултират, насочват и да подкрепят целевите групи на място. Всеки консултант ще реализира по минимум 15 консултации, а всеки ментор ще подпомогне поне по 2 производители на местни продукти.</p>
<p>5. Развитие на приоритетен продукт алтернативен туризъм (с подпродукти еко, селски, религиозен, винен/ено и гурме, фестивален и събитийен туризъм).</p>	<p>Развитието на приоритетен продукт за алтернативен туризъм съчетава различни подпродукти като еко, селски, религиозен, винен/ено и гурме, фестивален и събитийен туризъм, стратегическо планиране и изпълнение. Всичко това е особено важно за разнообразяване на туристическите услуги и за разширяване на туристическия сезон на трансграничната територия. Интегрирането на различни видове услуги ще разнообрази туристическата оферта на дадената дестинация и ще привлече различни видове туристи.</p> <p>Този приоритетен продукт трябва да бъде стартиран с анализ на целевата аудитория. По този начин ще се определят интереса и нуждите на тази целева аудитория към алтернативния туризъм. Трябва предварително да се определят какви видове туризъм са възможни и популярни и какво именно привлича туристите в този сегмент. Трябва да се определи с какво идентифицираната дестинация е уникална и защо би била привлекателна за</p>



	<p>алтернативния турист. В дестинацията трябва да се включат природни красоти, културно наследство, традиции, специфични културни събития, селски, религиозен, винен/ено и гурме, фестивален и събитиен туризъм и др.</p> <p>Трябва да се изгради комплексен продукт, който включва различни подпродукти като екотуризъм с посещение на запазени природни зони, селски туризъм с преживяване на селските обичаи, религиозен туризъм с посещение на религиозни обекти и др. Тези различни елементи трябва да се интегрират в един пълноценен туристически продукт, който да предизвиква интерес и да привлича туристи с различни интереси.</p> <p>Дестинацията не само трябва да разполага с необходимата инфраструктура и услуги, които да привлекат туристите, пристигащи за алтернативен туризъм, но те трябва да бъдат качествени за да ги задържат на територията и за да искат да се върнат отново. Освен качествено съдържание, трябва да се включат и ресторанти с автентична кухня, земеделски производители с произведените от тях биопродукти и преработвателите на здравословна храна. Заедно с това транспортните връзки трябва да са обезпечени с необходимите превозни средства, да се организират екскурзии до местни забележителности и посещения на други атракции.</p> <p>След описването на дестинацията ще се премине към нейната промоция и маркетинг на база на изготвената маркетингова стратегия, която ще насочи усилията на партньорите към целевата аудитория. За целта ще се използват различни канали за промоция, включително онлайн медии, социални мрежи, участие в туристически изложения и събития, провеждане на директна рекламна кампания и др.</p> <p>В поддържането на дестинацията трябва да бъде включена местната общност, затова трябва да се постигне разбирателство и увереност, че развитието на този приоритетен продукт е в съответствие с интересите и нуждите на местната общност. За това тя трябва да се включва във фокус групи, работни групи и анкети. Трябва да се обърне внимание и на възможните въздействия върху околната среда, културното наследство и икономиката в региона.</p> <p>Персоналът трябва да притежава необходимата квалификация и опит за предоставяне на висококачествени услуги на туристите. Ако се прецени от страна на екипа, че някои от предлаганите туристически услуги не са добре подготвени, работещите в този сектор ще се включат в организираното по проекта обучение.</p> <p>Тук трябва да се отчита и факта, че процесът на развитие на приоритетния продукт не се включва след пускането му на пазара, затова обучението, проучванията и информирането трябва да продължат и след края на проекта, за да може да се отговори на</p>
--	--



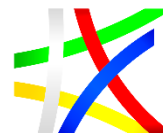
	<p>постоянно променящите се нужди и предпочитания на туристите.</p> <p>При разработката и изпълнението на приоритетния продукт за алтернативен туризъм е важно да се определят ясно неговите цели, да се работи тясно със заинтересованите страни, а вниманието да се съсредоточи върху качеството на предоставяните услуги. Съчетаването на всички подпродукти ще позволи да се привлече широка гама от туристи, а избраната дестинация да се утвърди като предпочитана алтернатива за туризъм.</p> <p>Тази дейност ще завърши с разработване на дестинацията и с нейната организация на трансграничната територия. В нея ще се включат всички заинтересовани страни, като се постигне тяхното съгласие и се координират техните усилия.</p>
6. Разширяване и утвърждаване на партньорствата	<p>Партньорствата са особено важни за утвърждаването на интегрираните туристически продукти, защото те обединяват усилия и капацитет. Към края на проекта трябва да се реализират следните поддейности: 1. Разрастване на изградените партньорства, чрез включване на местни, регионални и национални туроператори за включване на културно-историческите забележителности, винарния, селския и кулинарния туризъм от трансграничната територия в техните дестинации. 2. Създаване на партньорства със сходни организации (ТИЦ или НПО) между представителите на двете съседни страни за да може да се постигне: единно информационно осигуряване; изпълнение на съвместни проекти; създаване на иновативни туристически продукти и предлагане на екскурзии и мероприятия в трансграничния регион. 3. Осъществяване на рекламno-информационна кампания за привличане на туристи и обиколка на утвърдените трансгранични дестинации от туроператори от двете страни на границата. Рекламната кампания ще се реализира от всички партньори и по този начин ще обхване голяма част от територията, което ще подобри информираността и ще доведе до мултипликация на резултатите.</p>
7. Разработване на трансгранична маркетингова стратегия	<p>Регионалните марки храни и напитки имат потенциал да предложат уникални продукти, базирани на местни традиции, вкусове и съставки. При разработването на маркетинговата стратегия за регионални марки ще се акцентира върху следните елементи:</p> <ul style="list-style-type: none">• Идентификация на целевата аудитория: Идентифицирането на целевата група от потребители е от решаващо значение за успешния маркетинг. Изследването на хранителните предпочитания, интереси и поведение на местното население може да помогне за създаването и възстановяването на продукти, които са унищожени или забравени.



	<ul style="list-style-type: none">• Брандиране и идентичност: Създаването на силна идентичност на марката, която изразява автентичността и уникалността на трансграничните продукти е особено важна. Създаването на лого и другите елементи на дизайна трябва да отразяват местния дух и стил, които ще привлекат потребителите.• Ценова стратегия: Препоръчително е ценовата стратегия на регионалните марки да бъде насочена към средния или по-висок сегмент от пазара, тъй като някои потребители са готови да платят повече за уникални продукти със заложен маркетинг, който подчертава качеството и произхода на съответния продукт, особено ако е биопродукт.• Канали за разпространение: Правилният избор на подходящите канали за разпространение ще осигурят ефективна връзка с целевата аудитория, затова местните специализирани магазини, пазарите, онлайн платформите или директната продажба от фермите или обектите за производство трябва да бъдат идентифицирани.• Дигитален маркетинг: Трябва да се използват оптимално и социалните медии, както и провеждането на онлайн кампаниите, за да се привлече вниманието на потребителите.• Събития и дегустации: Планирането на събития и дегустации в конкретни обекти, може да се окаже много ефективно за установяване на връзката с клиентите и за демонстриране на ефективността и уникалността на произведените продукти.• Сертификации и маркировки: В стратегията ако идентифицираните продукти отговарят на определени стандарти или ценни методи за производство, трябва да се опише процеса на получаване на сертификати и маркировки, които гарантират качество, биопроизводство и автентичност.• Колаборации с местни брандове и ресторанти: Да се опишат възможностите за сътрудничество с други местни брандове, ресторанти или кулинарни събития. Това може да разшири видимостта на регионалните марки и да разшири обхвата на потребителите. <p>Маркетинговата стратегия за регионални марки трябва да бъде насочена към създаване на уникалност, използване на местни ресурси и разказване на истории, които привличат потребителите, които се интересуват от местната култура и традиции.</p> <p>МИГ Стамболово-Кърджали 54 и Тракийския университет ще разработят по една маркетингова стратегия за територията на съответната страна. На тази база Тракийският университет ще разработи и отпечата една обща трансгранична маркетингова</p>
--	--



	стратегия, която да отговаря на нуждите на целия трансграничен регион.
8. Изграждане на Туристически информационни центрове	<p>Трансграничните информационни центрове играят важна роля за развитие на туризма, особено в райони, които се намират близо до границите между различни страни. Те имат за цел да облекчат и подобрят туристическите потоци, да насърчат туристическите активности и да улеснят взаимодействието между туристите и съответните регионални общности. Какви ключови роли и функции могат да изпълняват тези информационни центрове:</p> <p>Предоставяне на информация и съвети: Трансграничните информационни центрове предлагат полезна информация на туристите за туристическите атракции, забележителности, маршрути, настаняване, ресторанти, транспортни връзки и други актуални данни, които туристите могат да използват по време на пътуването си и които проектните дейности предвиждат да бъдат събрани.</p> <p>Популяризиране на регионалните атракции: Чрез предоставяне на информация за атракциите и забележителностите в областта, тези информационни центрове активно ще участват в промоцирането на региона като туристическа дестинация и ще работят за привличането на повече туристи.</p> <p>Подпомагане на сътрудничеството между различни региони: Трансграничните информационни центрове ще стимулират сътрудничеството между различни регионални органи, заинтересовани страни и туристически дестинации от двете страни на границата. Те ще съчетават усилията си, за да създадат общи туристически продукти и да организират общи събития и рекламни кампании.</p> <p>Улесняване на граничните процедури: Туристите често се сблъскват с гранични процедури и формалности. Особен проблем представлява получаването на визи за турските граждани. Трансграничните информационни центрове ще предоставят помощ и съвети за по-бързото извършване на тези процедури, като ще улесняват преминаването на границата и ще намаляват административната тежест за туристите.</p> <p>Подпомагане на устойчивия туризъм: Тези центрове ще помагат и насърчават развитието на устойчив туризъм и ще популяризират местната култура и природните богатства. Те ще предоставят информация за екологични и културни инициативи и ще насърчават отговорното поведение на туристите при опазването на околната среда.</p> <p>Развиване на нови туристически продукти: Центровете ще събират информация за потребностите и предпочитанията на туристите, ще подкрепят разработването на нови туристически</p>



	<p>продукти и ще съдействат за тяхното популяризиране.</p> <p>Подобряване на качеството на обслужване: Информационните центрове ще предлагат обучение на местния персонал с цел повишаване качеството на обслужването в туристическия сектор, което от своя страна ще увеличи удовлетвореността на посетителите и ще ги направи по-склонни да се върнат в бъдеще.</p> <p><i>Тези роли правят трансграничните информационни центрове ценен ресурс за развитие на туризма и за установяване на успешно сътрудничество между различни региони и страни. Те могат да спомогнат за създаването на устойчива и конкурентоспособна туристическа дестинация, която привлича туристи и подобрява икономическото развитие на региона.</i></p> <p>Изграждането на Туристически информационни центрове в община Стамболово и в община Одрин и тяхното обзавеждане е важна предпоставка за наличието на местни туристически структури, които да реализират голяма част от задачите на маркетинговата стратегия. Без наличието на такива местни структури не е възможно да се реализират набелязаните дейности и да се осигури устойчивостта, особено след края на проекта.</p>
<p>9. Разработване на рекламни, информационни материали и поддържане на сайтове</p>	<p>За да се популяризира проекта, неговите резултати и целеви теми ще се разработят и отпечатаат следните рекламни и информационни материали:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Наръчник със заглавие „Как да развием туризма без да увредим околната среда“ – Разработката ще бъде с обем 16 страници и ще отразява изискванията, възможностите и европейските практики в областта на опазването на околната среда, икономии на електроенергия, топла вода и консумативи в туристическите обекти. Наръчникът ще бъде преведен на турски и английски език и ще бъде отпечатан на всички езици в тираж от 150 броя. - Брошура със заглавие: “Да опознаем интересните забележителности в региона на Хасково и Одрин“. В нея ще се представят интересните културни и екологични забележителности на трансграничната територия, ще се опишат 4 дестинации и ще се посочат координатите на заинтересованите страни, които ще ги организират. Брошурата ще е от 12 страници и ще има преводи на турски и английски език. Ще е цветна и ще се отпечата в тираж 150 броя на всеки език. Тя ще се раздава на заинтересованите страни, които ще ги разпространяват сред потенциалните туристи. - Дипляната за проекта ще е цветна и ще е преведена на 3 езика: български, турски и английски език. Тиражът на български и турски език ще е 500 броя, а тиража на английски език - 200 броя.



	<ul style="list-style-type: none">- Ще се отпечатаат и по 10 публикации (по 5 във всяка страна) в регионалните медии или в информационните сайтове свързани с проекта, с неговите резултати и с темите представящи по-интересните културни и екологични обекти и местните традиции.- Ще се проведе и рекламна кампания, която ще подобри информираността сред местното население от двете страни на границата. Рекламните материали ще бъдат раздадени на заинтересованите страни.- Експертът комуникация ще събира материали от всички партньори и ще ги качва на сайта на Водещата организация. Той ще поддържа социалните мрежи: Facebook и YouTube. <p>По този начин чрез разпространението на рекламните и информационните материали и използването на Интернет и социалните медии ще се достигне до около 120 000 заинтересовани страни от двете страни на границата.</p> <p>Трансграничната връзка ще е непрекъсната по време на разработването на рекламните материали и при тяхното разпространение. Отговорност за тази дейност ще носи МИГ Стамболово-Кърджали 54 и Експерта по комуникация. Всички останали партньори ще участват в рекламната кампания, като разпространяват рекламните материали сред заинтересованите страни и публикуват някои от тях на собствените си интернет страници.</p>
10. Обучение на заинтересованите страни	<p>Обучението на заинтересованите страни цели да повиши обществената осведоменост на заетите в туризма, да подобри процеса на планиране и обслужване на разработените дестинации. По този начин ще се повиши квалификацията и ще се подобри координацията на усилията на представителите от целевата група, а това ще гарантира предоставянето на по-качествени туристически услуги на трансграничната територия.</p> <p>Обучението включва провеждането на следните семинари и други обучителни събития:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Провеждане на 3 семинара в Стамболово и в Одрин за обучение на земеделските производители, преработвателите и собствениците на туристически обекти по темите: използване на онлайн дистрибуционни канали и реализиране на многоканални продажби; използване на социалните мрежи в дистрибуцията; разработка на съвременни интернет страници със собствени резервационни системи. Всеки семинар ще е еднодневен и в него ще се включват по 20 човека.2. Обучение на партньорите и заинтересованите страни по въпросите на организацията и координацията на дестинациите. Ще се проведе двудневен семинар, в който



	<p>ще участват 20 човека (по 10 от всяка страна) и който ще се проведе в Стамболово. За дейността ще отговаря МИГ Стамболово-Кърджали 54. Ще се поканят квалифицирани и опитни лектори, които да представят теорията и добрите практики в тази област.</p> <p>3. Провеждане на едnodневни работни срещи в 2 населени места на община Стамболово и в 2 населени места на Област Одрин за разработване на Работен план, който да описва организацията и координацията на заинтересованите страни при поддържането на разработените дестинации. Те ще се водят от фасилитатори, които ще моделират процеса. В работните групи ще се включват по 10-12 човека – хотелиери, ресторантьори, земеделски производители и преработватели на биопроductи.</p> <p>4. На базата на разработените 4 плана описващи обслужването на отделни части на определени части от дестинациите по време на Заключителната конференция ще се изработи един общ план, който ще ги обедини и ще регламентира цялостната организация на дестинациите и тяхното координиране от страна на ТИЦ.</p> <p>5. Публикуване на информационните, обучителните и рекламни материали в партньорските сайтове. Така ще могат да се възползват и други заинтересовани страни, които няма да имат възможност да се включат в семинара и работните срещи.</p>
--	---

С.2.2.2 За кои индикатори ще допринесе вашата проектна идея?

Двойка индикатори	Спецификация
RCO84 – RCO 116 – RCO 104	Проектът генерира едно пилотно действие, разработено съвместно и това е: Разработване на трансгранична маркетингова стратегия за регионалните марки. Това е нова инициатива, която ще осигури възможности за развитие на местните и регионалните марки и след края на проекта. Иновативната дейност ще се разработи първо от двете страни на границата, а по-късно на базата на съвместната работа на двата изследователски екипа ще се интегрира в една обща трансгранична маркетингова стратегия, която ще се прилага от



	<p>изградените туристически информационни центрове от двете страни на границата. По този начин ще се повиши конкурентоспособността на местната икономика, ще се улесни достъпа и присъствието на трансграничните пазари и ще се създаде механизъм за тясно взаимодействие между земеделските производители, фирмите и туристическите организации. С други думи съвместните решения ще се вземат не само при изпълнението на дейността, но и след края на проекта. Обединяването на усилията и възможността да се вземат общи решения, произтичащи от сътрудничеството в рамките на проекта ще осигурят онази устойчивост, която е важна за успеха на всяко партньорство.</p>
RCO74	<p>Броят на лицата, обхванати от проекта който е подпомогнат в рамките на стратегиите за интегрирано териториално развитие са следните: 26 507 земеделски производители, които са членове на Областната служба по земеделие и гори в Одрин и 346, които са техни служители. Около 2500 студенти, преподаватели, експерти и местни заинтересовани страни ще участват в проучванията и анализите. От ефекта на идентифицираните и утвърдени регионални марки ще се възползват пряко и индиректно около 15 000 земеделски производители, преработватели, занаятчии и местни граждани. Към тях ще се добавят и 17 000 представители на учащата се младеж и преподаватели от Тракийския университет, които ще опознаят темата. Любителите на биопродукти, хубава храна и вино, културни и екологични инициативи и атракции ще се увеличат и ще нараснат до - 11 000 човека или общо в проекта ще бъдат обхванати – 45 500 човека. Ако се вземе под внимание и броя на информираното население посредством медии, интернет, социални мрежи и рекламни материали в трансграничната област броя им ще достигне минимум до - 120 000 човека.</p>



С.2.3 Защо е необходимо трансгранично сътрудничество за постигане на целите и резултата на проекта?

Целите на проекта не могат да бъдат постигнати ефективно, ако се действа само на национално, регионално или местно ниво. В този случай няма да могат да се използват ефективно трансграничните възможности, които предоставя трансграничното партньорство и сътрудничество в областта на туризма.

Основната цел на проекта е: Повишаване конкурентоспособността на фермите и микропредприятията за устойчиво развитие на туризма посредством производството и преработката на селскостопански продукти с цел разширяване на туристическите услуги и осигуряване на институционалната подкрепа за създаване на туристически информационни центрове, които да координират туристическите дейности и услуги на местно, регионално и транснационално равнище.

Специфичните цели са:

1. Идентифициране, популяризиране и утвърждаване производството на местни продукти и изграждане на туристически информационни центрове, които да спомогнат да се създаде механизъм за тясно взаимодействие между земеделските производители, фирмите и туристическите организации, които да запълнят празнината в управлението и маркетинга на дестинациите между местното, националното и трансграничното ниво;
2. Повишаване конкурентоспособността на бизнес структурите и разширяване на техния обхват, чрез подобряване на тяхната информираност, качеството на туристическия продукт и на туристическото обслужване;
3. Подобряване капацитета на местните бизнес структури за улеснен достъп и присъствие на националния и трансграничните пазари чрез участие в събития и изложения.

Изпълнението на проектните дейности ще осигури постигането, както на основната, така и на специфичните цели на проекта, защото те са взаимосвързани. Това са:

1. **Управление, координация и комуникация.** Тази дейност ще осигурява управлението на проекта и ще включва: партньорските срещи и Заключителната конференция.
2. **Изработване на две платформи за панорамно наблюдение.** Първоначално в община Стамболово ще се продължи екопътеката от Чудните скали до Магарешката скала, където ще се позиционира платформата в близост до крепостните останки. В община Одрин тази платформа ще се изгради в с.Ипсала. Платформите ще позволят на туристите да се насладят на красивите панорамни гледки, залезите и изгревите, на играта на слънцето и сенките. Ще се използват естествени строителни и декоративни материали осигурени от местни доставчици. Ще се осигури необходимия комфорт на гостите, без да се уврежда природата.
3. **Провеждане на две проучвания** (в община Стамболово и в община Одрин) с респонденти - земеделските производители, предприемачите (преработватели) и занаятчиите. След това ще се изработят оценителни доклади, които ще идентифицират местните продукти и ще предложат, кой от тях да кандидатства за присъждане на регионална марка. Тези продукти ще се



рекламират и утвърждават на трансграничния пазар.

4. **Провеждане на консултации и менторство за подкрепа на земеделските производители и предприемачите** за разработване и утвърждаване на местни биопродукти и регионални марки. Ще бъдат назначени по двама ментори и двама консултанти на българска и на турска територия, които да консултират, насочват и да подкрепят целевите групи на място.
5. **Развитие на приоритетен продукт алтернативен туризъм** (с подпродукти еко, селски, религиозен, винен/ено и гурме, фестивален и събитийен туризъм). Разработване на интегрирани туристически продукти, които да се включат в разработените дестинации.
6. **Разширяване и утвърждаване на партньорствата:** 1. Разрастване на изградените партньорства, чрез включване на местни, регионални и национални туроператори за включване на културно-историческите забележителности, винарния, селския и кулинарния туризъм от трансграничната територия. 2. Създаване на партньорства със сходни организации (ТИЦ) между представителите на двете съседни страни за: единно информационно осигуряване; изпълнение на съвместни проекти; за създаване на иновативни туристически продукти и предлагане на екскурзии и мероприятия в трансграничния регион. 3. Осъществяване на рекламno-информационна кампания за привличане на туристи и обиколка на утвърдените трансгранични дестинации от туроператори от двете страни на границата.
7. **Разработване на трансгранична маркетингова стратегия** (направления продукти, дистрибуция, цена, промотиране) за утвърдените регионални марки в трансграничния регион. МИГ Стамболово-Кърджали 54 и тракийския университет ще разработят по една маркетингова стратегия. На базата на двете стратегии Тракийският университет ще разработи и отпечата една обща трансгранична маркетингова стратегия.
8. **Туристическите информационни центрове** ще се изградят в община Стамболово и в община Одрин и ще се осигури тяхното обзавеждане.
9. **Разработване на рекламни материали и участие в международни или национални туристически изложения.** Разработването на рекламните материали ще осъществи Тракийския университет. Това ще е: Туристически гайд, дипляна и 5 минутен филм. Ще се представят продуктите и услугите с помощта на иновативни ИКТ технологии – сайтове и социални мрежи в съответствие с идентифицираните продуктови и районни брандове, които да се популяризират и утвърдят във виртуалното пространство. Всички рекламни печатни материали ще са на български, турски и английски език и ще са в тираж 500 броя. Това ще доведе до валоризиране на културното наследство за туристически цели, ще представи местните идентифицирани продукти, които ще се утвърждават посредством провеждането на рекламните кампании на територията и ще се представят на туристически изложения. Всеки партньор трябва да проведе рекламна кампания на собствената си територия и да си осигури минимум едно участие в международно или национално туристическо изложение в рамките на проекта.
10. **Обучителни дейности:** провеждане на 3 семинара за обучение на земеделските производители, преработвателите и собствениците на



туристически обекти по темите: използване на онлайн дистрибуционни канали и реализиране на многоканални продажби; използване на социалните мрежи в дистрибуцията; разработка на съвременни интернет страници със собствени резервационни системи. Всеки семинар ще е еднодневен и в него ще се включват по 20 човека. Провеждане на общ семинар с представители на партньорите и заинтересованите страни от двете страни на границата с 20 участници. Провеждане на еднодневни работни срещи в 2 населени места на община Стамболово и в 2 населени места на Област Одрин за разработване на 4 работни планове, описващи организацията и координацията на заинтересованите страни при поддържането на разработените дестинации.

Публичните, научните и НПО участниците имат споделен интерес, който води до икономическо и интегрирано териториално развитие. Във всяка проектна дейност има заложена трансгранична връзка и обща полза за бенефициентите от двете страни на границата. Проектът развива дейности, които са важни за селските райони, при които просперитетът зависи от капацитета за мобилизиране на хората и местните ресурси, като в същото време се развиват факторите подкрепящи местните ресурси, които правят условията на живот и бизнес по-привлекателни за хората и селското стопанство. Предвидените и изпълнявани мерки в проекта, ще повишат не само тяхната ефективност, но и ефективността на пакета от мерки като цяло.

При трансграничното сътрудничество ще се прилагат и някои хоризонтални политики, съгласно които всяка поддържана интервенция включва подходящи действия, които допринасят за подобряване качеството на живот и социалната интеграция. Концепцията ще прилага: 1. Цифрова Европа, която ще насърчи цифровата трансформация на икономиката и обществото, както и да гарантира сигурността и поверителността на данните на гражданите и предприятията. 2. Единен цифров пазар, който ще гарантира свободното движение на стоки и услуги в онлайн средата, ще се защитят потребителите и ще се насърчи иновативността и конкурентоспособността на българските и турските компании. 3. Справедлив растеж и социално сближаване, който ще насърчи равномерния и устойчив икономически растеж в различните региони, както и ще подобри социалната интеграция и защитата на гражданите. 4. Образование, обучение и младежка заетост. Проектът ще насърчи инвестициите в обучението, както и ще насърчи заетостта и предоставянето на възможности за заинтересованите страни. 5. Изследвания и иновации. Проектът ще подкрепя научни изследвания и иновации, за да се повиши конкурентоспособността и технологичния напредък на местните икономики.

В този проект се използва интегрирания подход за подкрепа на многосекторните интервенции, като се дава възможност на различни общности и заинтересовани страни да прилагат местните си умения и силните си страни, като формират чувство за собственост върху решенията, които се вземат съвместно на трансгранично равнище.

Партньорствата на публичните институции с научно звено, каквото е Тракийския университет и с НПО-то, ще се отрази благоприятно на развитието на територията, защото ще се осигури пряк достъп до иновации, научни открития, актуална информация и нови подходи, които ще променят по-бързо тяхната мотивация и нагласи за подкрепата на местната общност, за увеличаване на прекия ѝ ангажимент за устойчивото развитие на туризма. Обединяването на партньорите ще увеличи техните ресурси и експертния им потенциал. Изградените партньорства ще мултиплицират проектните резултати, ще създадат условия за възникване на допълнителни партньорства и нови възможности за



местната икономика и преди всичко за селското и горското стопанство. Обмяната на опит, знания, ноу-хау и използването на иновативните решения ще увеличи принадлежната стойност на постигнатите резултати от целевите групи при прилагането на трансграничния подход.

Обхванатият в проекта трансграничен район е функционално свързана територия, за която трансграничното сътрудничество е важно и което допринася за балансираното териториално развитие на региона, чрез отговор на местните нужди и реализиране на местния потенциал.

С.2.4 Кой ще се възползва от резултатите от вашия проект?

Target group	Specification
Местна публична власт	Община Стамболово ще се възползва в най-голяма степен от разработените дестинации, идентифицираните местни и регионални продукти, подобрените туристически услуги. Тя ще увеличи капацитета си за разработване на нови дестинации, за подобряване на туристическите услуги на територията, за популяризиране на местните и регионални продукти и за увеличаване конкурентността на местните стопански субекти: фирми, ферми и занаятчии. Уменията на работещите в общинска администрация за партниране в международна среда също ще се подобрят.
Секторна агенция	Т.Р. Министерство на земеделието и горите - Областна дирекция на земеделието и горите в Одрин има 26 507 фермери. Ако към тях добавим земеделските производители и фирмите в община Стамболово, както и заинтересованите страни обслужващи разработените дестинации тази цифра на обхванатите ще нарастне до 32 000. Това е основната целева група, към която са насочени мерките и услугите, които проектът ще предоставя. Тази секторна агенция ще инвестира в инфраструктура, ще създава ТИЦ, ще подкрепя обучението, рекламата и проучванията.
Групи по интереси, включително НПО	Местната общност, включваща местното население, студентите и преподавателите в Тракийския университет и НПО ще се



	включат активно в проучванията, в обучението, при формирането на дестинациите, в разработването на маркетинговата стратегия, в рекламата и в утвърждаването на местните марки. Това са общо около 27 000 студенти, земеделски производители, граждани, предприемачи, НПО и ТИЦ.
--	---

С.2.5 Как проектът допринася за други местни/регионални/национални стратегии?

Реализирането на проектните дейности и постигането на проектните цели ще допринесе за развитието на трансграничните територии. Проектът ще допринесе за постигането на целите и приоритетите на следните стратегически документи и политики на България:

Strategy	Contribution
Националната програма за развитие България 2030	Целенасочените политики и интервенции са групирани в пет взаимосвързани и интегрирани оси на развитие, за чието постигане допринася проекта: Иновативна и интелигентна България; Зелена и устойчива България; Свързана и интегрирана България; Отзивчива и справедлива България и Духовна и жизнена България
Националната концепция за пространствено развитие за периода 2013–2025 г. Актуализация 2019 г.	Националната концепция за пространствено развитие за периода 2013 - 2025 г. дава насоките за устройство, управление и опазване на националната територия и акватория и създава предпоставки за пространствено ориентиране и координиране на секторните политики. Заедно с Националната стратегия за регионално развитие 2012 – 2022 г. тя е основен документ в най-новото българско законодателство за интегрирано планиране и устойчиво пространствено, икономическо и социално развитие, каквито цели си поставя и проекта.
Програма „Околна среда“ за периода 2021— 2027 г.	Действията за подпомагане са насочени към насърчаване на устойчиво управление на водите, преход към кръгова икономика с ефективно използване на ресурсите, предотвратяване на генерирането на битови отпадъци, изграждане на центрове за подготовка за повторна употреба, рециклиране на отпадъци, системи за разделно събиране и рециклиране, инфраструктурни мерки за събиране, обезвреждане и пречистване на отпадъчните води, както и намаляване на замърсяването на въздуха от битово отопление и транспорт.



<p>Интегрирана стратегия за териториално развитие на Южен централен район</p>	<p>В Интегрирана стратегия за териториално развитие на Южен централен район са определени следните приоритети за развитие на региона през периода 2021–2027 г.:</p> <p>СП 1: Засилване на конкурентните позиции на ЮЦР регион чрез инвестиции във факторите на растеж.</p> <p>СП2: Подобряване на социалната и екологичната среда на ЮЦР.</p> <p>СП 3: По-балансирано териториално развитие и намаляване на неравенствата в ЮЦР. Проектът засяга и трите стратегически приоритета.</p> <p>Тя се реализира в условията на тясно взаимодействие и партньорство между държавните и местните власти, бизнеса и НПО и други заинтересовани страни, което е особено важно за трансграничните програми.</p>
---	--

Важните за трансграничното развитие стратегически документи и политики на Република Турция са:

<p>ЕДИНАДЕСЕТИ ПЛАН ЗА РАЗВИТИЕ 2019-2023г.</p>	<p>Основната цел е опазване на околната среда и природните ресурси, подобряване на качеството, осигуряване на ефективно, интегрирано и устойчиво управление, прилагане на щадящи околната среда и климата практики във всички области и повишаване на екологичното съзнание и чувствителност на всички сегменти на обществото.</p>
--	--

С2.6 Как проектът надгражда наличните знания?

<p>Избраната област на интервенция е „Туризм“, тъй като проектът е насочен към развитието на устойчив туризъм в трансграничната територия.</p> <p>Проектът разчита основно на наличните ресурси, на проектния опит и експертизата в областта на туризма, проучванията, маркетинга, както и в проектния мениджмънт. Всеки партньор притежава различни ресурси, опит и знания, които могат да обменят по между си. По този начин знанията и практиките ще се допълват, разширяват и задълбочават. Прилагането на подхода Водено от общностите местно развитие, новите политики, стратегическите документи на европейско, национално и регионално равнище и установените и развити до момента партньорски взаимоотношения са сериозна предпоставка за задълбочаване на процесите и за капитализация на принадлежната стойност при резултатите на проекта. Проектната идея е насочена към подкрепа на местните и регионални марки и тяхното значение за развитието на туризма. Всичко това ще създаде подкрепящи условия за развитието на кулинарния туризъм, селския, винения и екотуризма на територията. Освен това ще се променят обществените нагласи и ще се създадат предпоставки за активна подкрепа на местните преработватели и биопроизводства.</p> <p>Партньорството между двата турски партньора съществува повече от 5 години. С такава продължителност е и партньорството и между българските партньори. Многогодишният</p>
--



опит показва добри резултати от реализираните съвместни дейности и инициативи. Чрез разширяването на тези партньорства от двете страни на границата се предполага, че принадлежната стойност ще бъде увеличена, а резултатите ще се мултиплицират. Освен това ще се създадат предпоставки за създаване на нови партньорства между заинтересованите страни от двете страни на границата след проведените обучения, съвместните работни срещи и разработените планове. Всичко това ще доведе до сериозна промяна в местната икономика и в качеството на туристическите услуги.

Проектът ще насърчи устойчивото и интегрирано развитие на някои видове територии, селски райони и местни инициативи, като се стигне по-близо до хората и се обвържат в партньорство различните публично-частни структури. Резултатите от проекта ще доведат до приобщаващо социално, икономическо и екологично местно развитие, природно наследство, устойчив туризъм и сигурност в селските райони. Ще се насърчи „разумното използване на оскъдните ресурси“, чрез многосекторни интервенции и ще се осъществи многостепенно управление. Проектът ще изгради ТГС култура и положително отношение към споделеното управление на териториалните активи, съвместно разработените решения за максимално използване на местния потенциал за развитие на туристическите услуги и устойчивото развитие на трансграничната територия. Към всичко това като добавим и партньорствата между публичните, научните и частните структури ще можем да заявим, че проекта изцяло осигурява интегрираност на местните инвестиции и меките мерки.

С.3 Партньорство по проекта

Засилването на сътрудничеството между властите, гражданското общество, бизнес организациите, университетите и изследователските институции по приоритетните теми на трансграничното сътрудничество е от съществено значение за поддържането и изграждането на допълнителен капацитет на партньорите. Изхождайки от това разбиране ние установихме партньорски взаимоотношения между: Областната дирекция земеделие и гори в Одрин, Тракийския университет в Одрин, община Стамболово и МИГ Стамболово-Кърджали 54. Тези партньорски взаимоотношения осигуряват тясно сътрудничество при проучването на проблемите на трансграничната територия, при подготовката на проектното предложение, при вземането на съвместни решения, при разпределението на отговорностите и при използването на нови подходи, какъвто е подхода Лидер/Водено от общностите местно развитие. Освен това проекта предвижда разработването на трансгранична маркетингова стратегия, която да регламентира рамката на бъдещата дейност и сътрудничество за да може то да продължи и след края на проекта на базата на разработените общи действия. Тракийският университет ще е главното научно звено, което ще консултира, разработва и направлява проучванията, анализите и стратегиите. МИГ Стамболово-Кърджали 54 ще управлява и координира проектните дейности, ще насочва усилията на партньорите, ще разработва и разпространява положителни практики, ще провежда проучвания, ще разработва маркетингова стратегия, ще обучава, ще провежда рекламните кампании, ще организира заключителната конференция и ще осигурява текущо връзката между партньорите. Областната дирекция по земеделие и гори и община Стамболово ще изграждат платформите за панорамно наблюдение, ще осигуряват необходимите ресурси, ще създават необходимите туристически информационни центрове, ще работят тясно с



бенефициентите и ще подкрепят всички партньорски инициативи.

Партньорството между различните ключови фигури в трансграничния регион ще засили конкурентоспособността на местната икономика, ще проучи и утвърди важни за местното и регионално развитие продукти и марки, които да направят региона по-разпознаваем. Резултатите от проекта ще доведат до развитие на алтернативния туризъм в трансграничния регион. Полагането на съвместни усилия за опазване на местните продукти, храни, напитки и биопродукти, са резултат на планираните проектни дейности и изградените и регламентирани партньорски взаимоотношения.

Устойчивостта на взетите решения по отношение на транграничното сътрудничество е пряко свързано с многостепенното управление като принцип и двигател на иновациите и добри практики. Това изисква провеждането на редовни форуми на заинтересованите страни по важни туристически теми, подобряващи качеството на обслужване на гостите при избора им на дестинации, популяризирането на местните и регионални продукти, както и разработването на маркетинговата стратегия, която да насочи бъдещите усилия в необходимата стратегическа рамка. Това включва разработването на формати, които разглеждат и концептуализират теми чрез активна комуникация, обмен на опит и практически съюзи. Различният капацитет на отделните партньори, различната експертиза, знания и практики, които всеки един от тях притежава ще бъдат една добра основа за техния обмен и популяризирането им сред широката местна общност.

Партньорите ще си сътрудничат не само при изпълнението на проекта, но и в по-широка перспектива, преминавайки между сектори и извън административните граници и установяване на нови партньорства, за премахване на социално-икономическите различия и постигане на максимума при обединяването на териториалните ресурси, базирани на общите черти на партньорствата.

1. Водещ партньор – Подпис:
2. Проектен партньор 1 - Подпис:
3. Проектен партньор 2 - Подпис:
4. Проектен партньор 3 - Подпис:

Project ID
(automatically generated by JeMS)
Project name
Project acronym

Производството на качествени Бизнесни Инициативи - пример за Qualproducts

Indicative project budget (budget forecast) - overview per partner / per cost category (EUR), VAT included

Partner No and name <i>(if the concept note has more than 10 project partners, contact the Operational Unit and they will provide you with a budget template adjusted to the exact number of partners)</i>	Country	Budget cost categories		BC1		BC2		BC3		BC4		BC5	BC6	BC7	TOTAL BUDGET
		Staff costs (staff costs for project management – up to 10% of the eligible costs under BC 4, BC 5 and BC 6 of the entire project budget of the respective project partner or staff costs including project implementation – up to 20%)		% of the eligible costs under BC 4, BC 5 and BC 6 of the entire project budget of the respective project partner		Office and administration (up to 15 % of staff costs)		Travel and accommodation (up to 5 % of the staff costs)		External expertise and services		Investment component should be no less than 60% of the total budget		Lump sums <i>(full project preparation cost, eligible at the submission of full project proposals - up to 12 000 per application)</i>	
												Equipment	Infrastructure and works		
												<i>(accumulated value of infrastructure and works and equipment should be at least 60%)</i>			
LP	Bulgaria	11443.00	10.00%	1716.45	15.00%	320.00	2.89%	78943.00	35477.00	0.00				127899.45	
PP1	Bulgaria	24600.00	10.00%	3690.00	15.00%	320.00	1.39%	62400.00	31530.00	152000.00				274540	
PP2	Turkiye	9940.00	10.00%	1491.00	15.00%	320.00	3.22%	92510.00	3400.00	3500.00				111161	
PP3	Turkiye	33243.00	10.00%	4986.45	15.00%	320.00	0.96%	12430.00	50000.00	270000.00				370979.45	
PP4			0.00%		0.00%		0.00%							0	
PP5			0.00%		0.00%		0.00%							0	
PP6			0.00%		0.00%		0.00%							0	
PP7			0.00%		0.00%		0.00%							0	
PP8			0.00%		0.00%		0.00%							0	
PP9			0.00%		0.00%		0.00%							0	
PP10			0.00%		0.00%		0.00%							0	
Total		79226		11883.9		1280		246283	120407	425500				884579.9	
% of Total budget			8.96%		1.34%		0.14%		27.84%	13.61%	61.71%		0.00%	100%	

1. Lead partner

